

PRESSEINFORMATION

Sperrfrist: 19. Oktober 2017, 12:00 Uhr

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2016/17 abgeschlossen Dank vielfältiger Investitionen: dm wächst weiter kräftig

ÖSTERREICH:

- *Rekordjahr mit 904 Mio. Euro Umsatz und Marktanteilszugewinnen in Österreich*
- *1.900 neue Artikel mit Schwerpunkt auf Schönheit und heimische Bio-Produkte*
- *Dialogabende zum intensiven Austausch mit den Kundinnen und Kunden*
- *Kundenberatung: dm Mitarbeiter besuchen 15.661 Weiterbildungstage*
- *Investitionen von 37 Mio. Euro in österreichisches Filialnetz*

TEILKONZERN ÖSTERREICH/CEE:

- *Umsatzplus von 8,6 Prozent auf 2,4 Mrd. Euro im Teilkonzern Österreich/CEE*
- *Start der Internationalen Drogistenausbildung mit 80 Teilnehmern aus neun Ländern*

KONZERN:

- *59.046 Mitarbeiter in 3.464 Filialen erwirtschaften 10,3 Mrd. Euro Umsatz*

Salzburg/Wien, 19. Oktober 2017. Für das zurückliegende Geschäftsjahr 2016/17 (1. Oktober 2016 bis 30. September 2017) zieht dm drogerie markt eine äußerst positive Bilanz am österreichischen Markt: Der Umsatz konnte um mehr als 6 Prozent von 852 auf 904 Mio. Euro gesteigert werden, damit konnte dm seine Marktanteile im Drogeriefachhandel sowie am Gesamtmarkt weiter ausbauen. Das starke Wachstum ging einher mit der Schaffung von 170 neuen Arbeitsplätzen – aktuell arbeiten 6.763 Menschen bei dm in Österreich. Die Filialanzahl ist mit 391 Standorten (plus 1) praktisch konstant zum Vorjahr. In die laufende Weiterentwicklung und Modernisierung des österreichischen Filialnetzes wurden rund 37 Mio. Euro investiert: Mehr als 40 Filialen wurden erneuert, modernisiert und teilweise vergrößert.

„Die hervorragende Entwicklung, die wir dem konstant steigenden Kundenzuspruch zu verdanken haben, hat es uns ermöglicht, dass wir in diesem Jahr in ganz besonderer Weise in unsere Leistungskraft investieren konnten – in unsere Sortimente und in die Preisführerschaft, ins Ladenbild und in unsere Standorte sowie nicht zuletzt in unsere Mitarbeiter und deren Kompetenz hin zu unseren Kundinnen und Kunden“, freut sich Mag. Martin Engelmann, Vorsitzender der dm Geschäftsführung, über ein rundum erfolgreiches dm Geschäftsjahr.

dm in Europa

Der Umsatz im Teilkonzern Österreich/CEE mit seinen aktuell 1.572 Filialen (plus 48 Standorte oder +3,15 Prozent) in Österreich, Ungarn, Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Rumänien, Bulgarien und Mazedonien kletterte im abgelaufenen Geschäftsjahr um 8,62 Prozent auf 2.402 Mio. Euro (nicht wechsellkursbereinigt; wechsellkursbereinigt +8,15 Prozent auf 2.408 Mio. Euro). Gemeinsam mit dm Deutschland wurde im Gesamtkonzern erstmals die 10-Milliarden-Grenze übersprungen und ein Umsatz von 10.259 Mio. Euro erwirtschaftet, was einem Plus von 5,7 Prozent entspricht. Europaweit arbeiten aktuell 59.046 Menschen bei dm (plus 2.509). In zwölf Ländern ist dm mit 3.464 Filialen präsent (plus 115 Standorte).

Im Teilkonzern Österreich/CEE wurde das Investitionsbudget im letzten Jahr um 14 Prozent auf 108 Mio. Euro erhöht, wovon 90 Mio. Euro in den Ausbau und die Modernisierung des Filialnetzes flossen. Für das Geschäftsjahr 2017/18 ist ein Investitionsvolumen von 138 Mio. Euro veranschlagt, eine weitere Steigerung von 31 Prozent zum vergangenen Jahr. 118 Mio. Euro werden allein in das Filialnetz investiert (+39 Prozent), mit Ende des Geschäftsjahres 2018/19 sollen alle Filialen auf das neue Ladenbild umgerüstet sein.

Planmäßig wurde auch die Expansion nach Italien eingeleitet: Anfang Mai wurde die Zentrale in San Giovanni Lupatoto (Verona) in Betrieb genommen. Aktuell sind rund 50 Mitarbeiter bei dm Italien beschäftigt. Mit Anfang Dezember sollen die ersten Standorte eröffnet werden. Die große Expansion in den sechs nördlichen italienischen Regionen beginnt mit Frühjahr 2018. Bis zu 100 italienische dm Filialen sollen in den nächsten drei Jahren entstehen.

Im Dialog mit Kundinnen und Kunden

Ein zentrales Element zur Gestaltung der Kundenbeziehungen bei dm ist das Stammkundenprogramm „active beauty VorteilsWelt“, das mehr als 1,9 Millionen Kundinnen und Kunden mit dm verbindet. Um Angebot und Service laufend im Sinne der Kundenbedürfnisse weiterzuentwickeln, setzt dm drogerie markt auf eine aktive Einbindung: Im Rahmen von Workshops in dm Filialen werden Stammkunden dazu eingeladen, in realer Einkaufsumgebung ihre Wünsche, Anregungen und Kritikpunkte zu formulieren. Viele kleinere und größere Innovationen gehen auf die Ergebnisse dieser Dialogabende sowie auf systematisch ausgewertete Kundenrückmeldungen in den Filialen und Studios, in der Kundenserviceline sowie in den Sozialen Medien zurück.

Dass die stetigen Bemühungen um das Vertrauen und die Verbundenheit der Kundinnen und Kunden Früchte tragen, spiegeln auch eine Reihe von Marktforschungsstudien aus den letzten Monaten wider: So erzielt dm im international durchgeführten „Brand Asset Valuator“ (BAV) von Young & Rubicam Bestnoten bei Kundenorientiertheit, Preis-Leistung, Freundlichkeit und Vertrauen. Aus über 1.000 Marken unterschiedlichster Herkunft von „Amazon“ bis „Zeit-Im-Bild“ wurde dm dabei von Österreichs Frauen auf Platz elf gewählt. Bei der „Brand.Swipe“ Studie von Marketagent.com¹ erlangte dm drogerie markt von 1.046 Marken unter den Frauen sogar den ersten Platz als die sympathischste Marke!

Der „Store Equity Index“ des Marktforschers Nielsen sieht dm unangefochten als die Nummer eins unter Österreichs Drogerien und Parfumerien. Top-Ergebnisse wurden aktuell auch bei einer von Spectra-Marktforschung durchgeführten Markenstudie dokumentiert: Österreichs Frauen sehen dm führend im Drogeriefachhandel unter anderem bei Kompetenz und Aktualität des Sortiments, bei dauerhaft günstigeren Preisen, bei Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter oder bei der Produktpräsentation im Laden.

Mehr Beauty- und Bio-Kompetenz

Rund 1.900 neue Produkte, mehr Schönheit, gesunde Ernährung und bewusstes, nachhaltiges Einkaufen: Im Frühjahr wurde das Sortiment über alle Warenbereiche hinweg in allen österreichischen Filialen komplett überarbeitet, aktualisiert und erweitert. Bei der Neugestaltung setzte dm einen kräftigen Akzent in den Schönheitssortimenten – allen voran in der dekorativen Kosmetik sowie in der Gesichtspflege mit rund 1.000 neu gelisteten Artikeln. Neu eingeführt wurden beispielsweise die zuvor online-exklusive dm Marke trend IT UP, die Premiummarke L.O.V sowie die amerikanische Kosmetikmarke Revlon.

Grundlegend überarbeitet wurde auch das Bio-Lebensmittelsortiment: Dabei zogen 85 Produkte heimischer Bio-Hersteller in die dm Regale ein, viele davon in Reformhausqualität. Unter den neuen Lieferanten sind beispielsweise der steirische Familienbetrieb Lukashof, die Hirzinger Bäckerei aus Tirol oder Bio Lutz aus Niederösterreich. Auch das Angebot an Kohlehydrate reduzierten Lebensmitteln sowie an Produkten für Menschen mit Nahrungsmittelunverträglichkeiten wurde um 70 neue Artikel ausgebaut: Neu bei dm sind

¹ BRAND.Swipe von Marketagent.com; 1046 Marken; über 2,2 Millionen Bewertungen 2017

unter anderen glutenfreie Bio-Backwaren von Schnitzer sowie fructosearme bzw. -freie Lebensmittel von Frusano.

Grüne Etiketten für grüne Produkte

Um den dm Kunden das ökologisch-bewusste Einkaufen zu erleichtern, kennzeichnet dm nachhaltige Produkte nun mit „grünen Etiketten“. Gemeinsam mit namhaften Institutionen und NGOs wurde eine Auswahl von 16 vertrauenswürdigen, fundierten Siegeln und Prüfzeichen ausgewählt – darunter BDIH, Blauer Engel, Bio Austria, GOTS und Natrue. Jedes Produkt im dm Sortiment, das zumindest durch eines dieser Siegel geprüft ist, ist mit dem grünen Etikett direkt am Regal gekennzeichnet. Eine zusätzliche Information am Etikett zeigt an, ob das Produkt bio, vegan oder glutenfrei ist.

Mehr als 2.500 Artikel tragen das grüne Etikett und es werden laufend mehr: Denn dm baut sein Angebot an ökologisch nachhaltigen Produkten in allen Warenbereichen weiter aus. So wurde zuletzt der Naturkosmetik noch mehr Platz als bisher eingeräumt und das Angebot mit i+m, Dr. Bronner's und Frühmesner um neue Marken erweitert. Auch in den Bereichen Damenhygiene, Körperreinigung sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel finden sich neue Öko-Highlights.

dm investiert in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

Eine Kultur ständiger Erneuerung und permanenter Entwicklung bestimmt das Aus- und Weiterbildungsangebot bei dm. Nicht nur fachliche Weiterbildungen, auch die persönliche Weiterentwicklung aller Mitarbeiter steht dabei im Fokus. Die Lehrgänge und Kurse werden gemeinsam von internen und externen Experten gestaltet. 6.166 Teilnehmer haben im Geschäftsjahr 2016/17 insgesamt 602 Veranstaltungen besucht – das entspricht in Summe 15.661 Weiterbildungstagen.

Drogistische Beratungsqualität bei dm goes international

Aktuell sind 1.384 gelernte Drogisten in den österreichischen dm Filialen für ihre Kunden da – damit hat jeder zweite Mitarbeiter im Verkauf eine drogistische Ausbildung. 347 Drogistenlehrlinge absolvieren derzeit ihre Berufsausbildung bei dm.

Im Herbst 2016 startete dm mit 80 Mitarbeitern aus neun Ländern eine international einheitliche Berufsausbildung zum Drogisten. Für den Pilotdurchgang wurde eine Ausbildung

gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich und dem WIFI Salzburg entwickelt, die an den Standorten Wien und Salzburg umgesetzt wird. Im Oktober 2017 absolvierten die Teilnehmer die Lehrabschlussprüfung vor einer unabhängigen externen Kommission und werden anschließend als „Wegbereiter“ für den Beruf des Drogisten in ihren jeweiligen Ländern tätig. Langfristiges Ziel ist es, auf diese Weise die Drogistenausbildung in den mittel- und südosteuropäischen Ländern einzuführen, in welchen dm mit Filialen vertreten ist. Getreu dem Anliegen, in der Wirtschaftsgemeinschaft dm „nicht nur Einkommens-, sondern Arbeitsplätze bieten“ zu wollen, wird auf diesem Weg die Möglichkeit geschaffen, nicht nur einen Job zu leisten, sondern die eigene Arbeit als Beruf zu erlernen und auszubauen. So entsteht einerseits die Voraussetzung für eine noch tiefere Verbindung mit dem Arbeitsplatz und andererseits werden die Potentiale für eine kompetente Beratung der dm Kunden weiterentwickelt.

dm Mitarbeiter vertiefen ihre Produktkenntnisse auch durch dmBerater-Workshops, die für ausgewählte beratungsintensive Sortimente entwickelt wurden. Mehr als 5.000 Mal haben Mitarbeiter bisher von diesem Weiterbildungsangebot profitiert. Alleine im vergangenen Geschäftsjahr absolvierten 895 Teilnehmer Berater-Module mit dem Ziel, ihr Wissen als Multiplikatoren nicht nur an Kunden, sondern auch im Team weiterzugeben.

Innovation und Qualität in den dm friseur- und kosmetikstudios

Für unsere 1.491 Stylisten sowie 603 Kosmetiker und Fußpfleger in den dm friseur- und kosmetikstudios bieten die sieben dm Akademien (Wien, Bad Vöslau, Villach, Graz, Salzburg, Pasching und Innsbruck) eine fundierte Ausbildung. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden hier 380 Veranstaltungen mit 2.659 Teilnehmern durchgeführt.

Kunden der dm friseur- und kosmetikstudios erwarten nicht nur eine gediegene handwerkliche Qualität, sondern wollen sich auch immer wieder durch neueste Trends überraschen lassen. Vom dm Kreativteam wird jährlich eine Trendkollektion erarbeitet, die heuer im Rahmen der Friseur-Fachmesse Austria Hair International in Wien präsentiert wurde. Zahlreiche Mitarbeiter und Lehrlinge nahmen an nationalen und regionalen Wettbewerben teil, um ihr Können auch in dieser Form unter Beweis zu stellen. dm Stylistin und Qualitätstrainerin Renate Harrer aus der Steiermark gewann im April den diesjährigen Austrian Hairdressing Award für ihr Styling in der Kategorie „Color“. dm stellte mit acht Teilnehmern bereits zum zweiten Mal die meisten Nominierten für den „Oscar der Friseure“.

Brillieren konnten auch sechs dm Lehrlinge beim Bundeslehrlingswettbewerb der Kosmetiker und Fußpfleger: Alle drei Siegerplätze in der Kategorie „Fantasie Make-up“ gingen an dm Lehrlinge. In der Kategorie Fußpflege gingen Platz eins und drei ebenfalls an dm Lehrlinge, in der Kosmetik der dritte Platz. In allen drei Kategorien werden jährlich die besten Lehrlinge Österreichs ermittelt. Antreten dürfen jeweils die Sieger der kurz zuvor stattgefundenen Landeslehrlingswettbewerbe.

Lehrlingskampagne mit #herzundkopf

Für das kommende Geschäftsjahr sucht dm wieder mindestens 300 neue Lehrlinge – und gestaltet diese Suche seit Anfang Oktober unter dem Motto #herzundkopf. Im Fokus der Kampagne steht der Lehrling bei dm selbst. Neun dm Lehrlinge, die für die Lehrlingskampagne als Models ausgewählt wurden, sind auf den Werbemitteln zu sehen. Ihre persönlichen Erfahrungen in der Ausbildung bei dm werden in den Mittelpunkt gerückt.

Rund 11,5 Prozent der dm Mitarbeiter sind Auszubildende. Eine Lehre bei dm ist in vielen Fällen der Start in eine unternehmensinterne Berufskarriere: 31 Prozent aller dm Filialleiter sind ehemalige dm Lehrlinge, unter den Studiolleitern liegt der Anteil bei 17 Prozent. Insgesamt haben 22 Prozent aller Führungskräfte ihre dm Laufbahn mit einer Berufsausbildung bei dm begonnen.

Im Rahmen der Studie „Great place to work“ wurde die Lehre bei dm kürzlich erfolgreich zertifiziert: Das Unternehmen erhielt die Auszeichnung in Bronze für „Österreichs Beste Lehrbetriebe 2017/18 – von Lehrlingen empfohlen“. Basis dafür waren eine vorausgehende Lehrlingsbefragung sowie das dm Lehrlingskonzept.

Vereinbarkeit von Beruflichem und Privatem

Das Bestreben von dm, für jeden Mitarbeiter im Sinn der Vereinbarkeit von Familie und Beruf das passende Arbeitszeitmodell zu finden, wird in zahlreichen Teilzeitmodellen sichtbar. Von 796 dm Mitarbeitern in Führungsposition sind 292 in Teilzeit angestellt. Das entspricht 36,7 Prozent. Im gesamten Unternehmen sind 131 Mitarbeiter derzeit in Bildungs- oder Altersteilzeit. Auch Pfl egeteilzeit-Modelle werden angeboten.

Die Arbeitszeit der Mitarbeiter in den Filialen und Studios wird nicht zentralseitig vorgegeben, sondern soll zwischen den Kollegen im Team vereinbart werden. Ziel dieser Grundhaltung „Arbeitszeit nach Maß“ ist nicht zuletzt die Planbarkeit und damit das Ermöglichen einer guten Balance zwischen beruflichen und privaten Bedürfnissen. Dass dies gut gelingt, zeigt sich unter anderem daran, dass die Mitarbeiter ihre durchschnittliche Arbeitszeit im Vergleich zum Vorjahr um 2,3 Prozent auf 28,5 Stunden erhöht haben.

Bereits im Herbst 2013 ließ sich dm im Rahmen der Initiative „Audit berufundfamilie“ als familienfreundliches Unternehmen zertifizieren. Die Rezertifizierung erfolgte im November 2016: Dafür vorausgesetzte 26 Maßnahmen, umfangreiches Karenzmanagement, neue Arbeitszeitmodelle, Führungspositionen in Teilzeit oder firmeninterne Workshops zum Thema Zeitmanagement, wurden innerhalb von drei Jahren erfolgreich umgesetzt.

Fotos von der Pressekonferenz in Wien finden Sie unter <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/10211> (Credit: dm/APA-Hinterramskogler),
von der Pressekonferenz in Salzburg unter <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/10207> (Credit: dm/APA-Neumayr).
Allgemeines Bildmaterial auf der dm Website: <http://pr.dm-drogeriemarkt.at/Media.aspx>

Über dm drogerie markt GmbH

dm drogerie markt GmbH eröffnete im Jahr 1976 die erste Filiale in Österreich. Der heutige Firmensitz in Salzburg/Wals ist Dreh- und Angelpunkt in Österreich sowie für die Expansion in die Verbundenen Länder in Mittel- und Südosteuropa. Geleitet wird das Unternehmen von einem neunköpfigen Geschäftsführungsteam unter dem Vorsitz von Mag. Martin Engelmann und dem stellvertretenden Vorsitz von Dipl. Inform. Manfred Kühner. Insgesamt beschäftigt dm Österreich mehr als 6.760 Mitarbeiter in den 391 dm Filialen, den 174 dm friseur- und 109 dm kosmetikstudios sowie in der Teilkonzernzentrale in Salzburg und im Verteilzentrum in Enns. Im Geschäftsjahr 2016/17 wurde in Österreich ein Umsatz von 904 Millionen Euro erwirtschaftet. Marken von dm sind unter anderem Balea, alverde NATURKOSMETIK, dmBio, babylove, DAS gesunde PLUS, Denkmith und SUNDANCE.

Unsere Presseinformationen stehen Ihnen unter <http://pr.dm-drogeriemarkt.at> zur Verfügung. Das Bildarchiv finden Sie unter <http://pr.dm-drogeriemarkt.at/Media.aspx>.

Rückfragehinweis:

Mag. Stefan Ornig
Pressesprecher dm drogerie markt Österreich

movea marketing GmbH & Co KG
Ernst-Grein-Straße 5
5026 Salzburg
Tel.: 0662/64 35 79-0
E-Mail: presse@dm.at